http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2016.16.02.251

사진적 이미지의 뮤직비디오 연구

Music Video Research of Photograph Image

강홍규
중부대학교 방송영상학과

Hong Gue Kang(hong7@joongbu.ac.kr)

요약

뮤직 비디오는 오디오 음반의 발매와 함께 그에 어울리는 영상을 추가하여 비디오 클립으로 제작되는 멀티미디어유형이다. 원래는 단순한 음반의 홍보수단으로 출발하였으나 음악전문 케이블 M-TV 방영의 주요 콘텐츠로 각광받게 되면서 대량 제작되기 시작하였다.

21세기는 스마트 폰 시대로 애니메이션, 실사 영화, 다큐멘터리를 비롯한 다방면의 영화 제작 기술을 사용하고 있다. 그 중에서 사진적 이미지의 뮤직비디오를 대표하는 사진작가 겸 뮤직비디오 감독인 안톤 코빈과 스테반 세나두이를 중심으로 그들의 작품 경향을 분석하고자 한다.

■ 중심어 : | 사진적 이미지 | 뮤직비디오 | 영화 제작 기술 |

Abstract

The music video was produced by the multimedia type of a video clip by adding the image to match it with the release of audio recordings. mass production. Although originally it started as a means of promoting music as mere receive attention as the main content of the music cable broadcast M-TV began mass production. The 21st century has used the technology in various fields, including animated films and live action films, documentaries smart phone era. Among attempts to analyze their work tends to center the photographer and music video director Anton Corbijin and Stephen Sednaoui representing a photographic image of a music video

■ keyword : | Photograph | Music Video | Image |

I. 서 론

새로운 매체와 시각예술의 만남은 예술 텍스트의 생산, 소비, 유통의 전 과정을 비물질적인 시스템으로 재편하고 있다. 이 재편의 과정에서 예술적 상상력뿐 아니라 컴퓨터 연산식과 프로그램에 능한 파워 유저가 새로운 주체로 등장하고 있다.

이러한 디지털시대 문화에서 새롭게 관심을 갖게 되는 것 중의 하나가 뮤직비디오다. 뮤직비디오는 다양한 이미지의 예술을 표현하므로 많은 예술가들이 초기에는 뮤직비디오 영상으로 시작하여 지금은 새로운 유형의 예술가로 재탄생되고 있다. 많은 젊은 예술가들은 음악과 영상을 컴퓨터라는 매체를 이용해서 각자의 생각을 표현한다.

초기 뮤직비디오의 역사를 보면 1981년 8월 1일, 버글스의 'Video Killed The Radio Star'가 MTV 개국과 동시에 방영되어 본격적인 뮤직비디오 시대를 열었다. 그 이후로 뮤직비디오는 우리 대중문화에서 중요한 부

접수일자 : 2015년 12월 21일
수정일자 : 2016년 01월 28일
심사완료일 : 2016년 02월 03일
교신저자 : 강홍규, e-mail : hong7@joongbu.ac.kr

분을 차지하게 되는 바[1], 뮤직비디오 이미지 연구는 공간과 시간경험의 변화에 특히 민감하게 작용하게 된다[2]. 그것들은 항상 존재(Being)와 생성(Becoming) 사이의 매개자 역할을 하게 되고 내용들의 형식적 특성에 가치 판단이 한정되는 경향을 보인다.

이러한 두 가지의 분명한 경향은 우선 영화적인 뮤직비디오와 사진적인 뮤직비디오로 나뉘어 질 수 있다[3].

영화적인 뮤직비디오는 영화에서 널리 쓰이는 영상문법을 사용하고, 트리트먼트(treatment를 읽었을 때 단편소설과 같은 기법을 발견할 수 있는 경우가 많다[4]. 그러므로 영화의 예고편처럼 본편에 해당하는 이야기를 거느린 것도 아니면서 어딘가 그 이야기의 본체가 있는 것 같은 포즈를 취한다. 실제로 이들이 음반 판매에 결정적 영향을 미치는 데는 그 부재하는 드라마의 위력이 작용하고 있기 때문이다. 대규모 영화에 뒤지지 않는 소규모의 영화적 뮤직 비디오들은 흔히 노래의 내용에 담긴 내러티브를 드라마틱한 장면으로 묘사하여 밴드의 공연 장면과 교차 편집하는 방식을 혼용하곤 한다. 결국 영화적 뮤직비디오는 스토리 위주로 되어지는 것이다.

이에 비해 사진적 뮤직비디오는 영화 문법을 사용하지 않고 내러티브가 아닌 스타일로 구성되는 것이다.

최근에는 애니메이션, 실사 영화, 다큐멘터리 등을 비롯한 다방면의 영화 제작 기술이 접목되어 사용되고 있다. 이것은 새로운 기술과 새로운 생각으로 제작된 뮤직비디오 영상을 등장하게 한다. 예를 들면, 화면을 세로로 세운 360도 기법을 사용한 에픽하이(EPIKHIGH)의 BORN HATER와 360 YR 기법을 사용한 인피니트(Infinite)의 Bab 등이 있다. 또한, 최근에는 레트로 이미지와 몽환적인 이미지를 담은 영상이 출현하고 있다.

김영식 등은 그들의 연구(2000)에서 뮤직비디오에 대한 국내 선행연구는 수용자의 문학적 실천에 관한 연구와 텍스트 분석에 대한 연구가 주류를 이루어져 왔다[5]고 하였다. 한편 고은영은 그의 연구(2007)에서 “음악이라는 문화상품을 광고하는 뮤직비디오는 다른 대중영상물에 비해 실험적이고 자유로운 영상표현이 가능하므로 감독의 창의성을 실험할 수 있으며 이를 대표하는 국외 감독으로는 미셸 공드리를 비롯하여 안톤 코빈 등이 있다[6]고 하였다.

따라서 이러한 흐름의 음악적 이미지들을 뮤직비디오에 어떻게 표현했는지 살펴보고자 아날로그 감성 사진작가로 유명한 사진작가이자 뮤직비디오 감독인 안톤 코빈(Anton Corbijin)[1]과 스테반 세나두이(Stephane Sednaoui)[2]의 작품 경향을 분석하여 그들의 독특한 영상 표현기법을 연구해 보고자 한다.

II. 본 론

1. 안톤 코빈(Anton Corbijin)의 사진적 이미지

뮤직비디오는 메시지보다는 미디어 즉 대체적으로 일관된 서사보다 이미지의 나열과 흐름만을 강조하는 경향이 있다. 구체적으로 뮤직비디오는 아방가르드 영상에서 보여주었던 극단적인 클로즈업과 비현실적인 빠른 편집 기법 등으로 전위적인 예술 기법이 많이 동원된다[7].

그러나 독특한 스타일로 정형화된 스타의 이미지를 촬영하는 대신 얼굴을 반듯이 촬영하는 안톤 코빈(Anton Corbijin)은 모노크롬 사진 속에 영혼을 담고자 하는 작가이다. 그의 가장 큰 특징 중 하나는 자연광을 선호한다는 것이다. 그는 특별히 실내에서 인공적인 셋팅을 사용하거나 스타일리스트를 고용하는 것을 싫어한다[4]. 거친 입자가 드러난 사진 속에서 그는 인물들에게 특별히 스타다운 표정을 요구하지도 않는다. 대부분 그의 사진 속의 인물들은 무표정하게 홀로 서있다. 스타들의 인간적인 면을 남과 다른 시선으로 접근하고 있는 것이다. 스타인 인간의 속내를 들여다보고 거친 흑백사진 톤으로 단순하면서도 재치 있는 이미지를 그만의 컬러로 보여주는 것이다.

[그림 1]을 보면 그는 사진을 찍는 장소의 분위기를 존중한다. 그래서 인물의 개인적인 특성이 직접적으로 드러나기보다는 그 장소에 반영되는 개인의 특징들이 드러나도록 하고 있다.

---

1) 안톤 코빈(1955~) 네덜란드 사진작가 및 영화감독. 대표작 ‘Elephant Man,’ ‘Ice Cream for Cow,’ ‘Unforgetable Fire’ 등이다.
2) 스테반 세나두이(1963~) 프랑스의 사진작가 및 영화감독. 대표작 ‘Give It Away,’ ’Sly,’ ’Fever’ 등이다.

그림 1. Kylle Minogue 1999

또한 여러 인물들의 초상을 찍을 때와는 달리 뮤직비디오는 위태로운 세계에 대한 비전을 반영하는 모습들이 보인다. 그러한 분위기는 그가 감독한 뮤직비디오 영상에 그대로 반영되므로 사진과 동영상의 차이라고도 할 수 있다. 사진은 순각적인 찰나를 촬영하여 이야기 하지만, 동영상은 움직이는 영상을 편집하여 이야기를 첨가함으로서 좀 더 세밀하게 작가의 생각을 표현하게 되는 것이다.

그림 2. Metallica- Hero of the Day

[그림 2]는 Metallica의 Hero of the day 뮤직비디오로, 거친 흑백 사진 톤을 이용하여 자연스러운 분위기를 보여주고 있다. 인공적인 요소가 전혀 들어가지 않은 스타들의 일반적인 모습을 사진적 이미지로 영상을 만들어 내고 있다.

위의 작품에서는 음악의 정체성을 표현하는데 특히 분위기가 중요한 요소로 작용한다. 비논리적인 사진에 이미지를 담아낸 편집으로 물이 흘러가는 듯한 동영상을 보여 준다. 더욱이 3분에서 5분 사이의 음악을 과장된 이미지로 표현함으로서 영화의 기법을 지키지 않는다[8].

하지만 이러한 뮤직비디오에서는 전달력이 중요한 것이 아니고 대중예술을 접하는 소비자들에게 얼마만큼 강한 이미지를 주는가가 관건이다[9]. 그러므로 때로는 잘 만들어진 잡지의 사진들을 나열해 놓은 듯한 키치적인 요소가 들어간 동영상 음악이 만들어 지기도 한다.

그림 3. David Bowie 1980

[그림 3]은 그를 세계적인 작가로 만든 작품 중의 하나인 '엘리펀트 맨'을 공연 중이던 데이빗 보위(David Bowie)를 분장실에서 촬영한 것이다. 강렬한 흑백 톤을 가지고 있어 아련한 이미지와는 거리가 멀다. 흑과 백의 강렬한 이미지가 대비되고 있다.

피곤하고 지친 데이빗 보위의 모습이 있다. 외면적인 대상물만을 포착한다는 사진에서 사람들은 어떤 느낌을 얻고 그 안에 숨겨진 진실들을 포착하기 시작한다[10]. 이것은 그의 사진작품을 통해 시각매체들이 갖는 또다른 가능성을 발견하는 것이다. 스타가 아닌 일반인 모습을 찾아내어 작가의 시선으로 바라보고 스타의 내면세계를 끄집어내어 보여주는 능력을 발휘하고 있는 것이다. 뿐만 아니라 흑과 백의 이미지로 대상물을 포착하여 그 이미지의 대비를 표현하고 있는 것이다[11].

사진 미학으로 보면 그의 사진의 구성과 색상 그리고 해상도는 단편적이고 미완성으로 보인다. 그것이 바로 그의 작품에게 신뢰성을 주는 품질이기 때문이다[12]. 오늘날에는 쉬운 디지털 사진으로 쉽게 완벽한 이미지를 만들어 낼 수 있는 시대이다. 그러므로 아날로그의 거친 사진으로 이미지를 보여주고자 하는 것은 시대적 착오인 것 같이 여겨지기도 하지만 절대로 그렇지 않다.

그림 4. Depeche Mode-Walking In My Shoes

[그림 4]는 Depeche의 Mode-Walking In My Shoes 뮤직비디오다. 여기서 그는 그의 앨범 사진 등에서 보여주었듯이 인물들을 여러 포트레이트 사진으로 표현하고 있다. 극히 강렬하게 대비되는 톤을, 위태로운 세계에 대한 비전을 반영하는 모습들로 보여주고 있는 것이다.

이 동영상은 현실의 고립된 순간을 포착하지만 그 모든 것이 특별히 무언가를 의미 한다기보다는 그저 하나의 대상이 되는 하나의 물체로 놓여있게 한 것이다.

이처럼 안톤 코빈은 음악가들을 그들의 기존 이미지와 다르게 촬영하였다. 그만의 강렬한 톤으로 사진 한 컷한컷을 촬영하여 이미지를 나열하는 듯한 뮤직비디오를 만들어 낸 것이다.

2. 스테반 세나두이(Stephane Sednaoui)의 사진적 이미지

1920년 초창기 오스카 피싱거(Oskar Fischinger)를[3] 시작으로 뮤직 이미지에 애니메이션 기법을 이용하게 된다. 비쥬얼 뮤직 이미지는 영화나 드라마, 다큐멘터리 같은 내러티브한 영상을 만들어 낸다. 또한 전달력이 거의 없는 화면의 흐름과 리듬의 원칙이 전달되는 사진적 이미지의 뮤직비디오의 한 파트도 생겨난다[13].

오늘날 스테반 세나두이(Stephane Sednaoui)는 사진작가로 유명세를 떨치고 있었다. 보그, 뉴욕 타임지, 베리티 페어 등의 유명 잡지에 패션과 포트레이트의 사진작가로 활동하면서 자신만의 독특한 컬러로 비현실적이고 몽환적인 이미지를 만들어 낸다[14].

스테반 세나두이는 이러한 다양한 영상과 사진 영역을 탐구하면서 근 삼십년 동안 활발히 활동하고 있다. 그는 사진과 뮤직비디오, 포토저널리즘, 초상화 등 대중문화의 장르를 섭렵하고 있다.

그의 이러한 예술 세계는 아래 [그림 5]에서 처럼 앞서가는 이미지를 보여주고 있다.

그림 5. Vogue Italia May 2010

낯선 어느 도시 풍경은 조형적인 공간에서 보여주는 것처럼 꿈인지 현실인지 모르는 애매모호한 공간이다. 초현실주의 아방가르드 영화감독 마야 데렌(Maya Deren)의 오후의 올가미(Meshes of the Afternoon) 이미지를 떠올리게 한다. 몽환적이고 환상적 분위기여서 보는 이로 하여금 호기심을 느끼게 하는 이미지를 창출해 내고 있다.

아래 그림 마돈나의 뮤직비디오 fever도 마찬가지이다.

그림 6. Madonna - Fever

3) 오스카 피싱거(1900～) 독일의 전위예술가. 대표작 'Spiritual Constructions(1927),' 'Muratti Gets in the Act(1934),' 'Allegretto(1938),' 'Motion Painting No. 1' 등이다.

화면상으로 표현하고자 하는 것은 특정한 스타일과 공간이다. 과거·현재·미래의 시간적 감각을 벗어나 무시간적 현재만 존재하는 동영상이다. 그의 시선으로 이미지를 편집하여 음악과 조화를 이루는 비주얼 영상을 만들어 낸 뮤직비디오이다.

그의 뮤직비디오에는 현실과 가상이 뒤얽히는 상상의 공간에 이미지를 표현한 것이 많이 나온다. 사진적 이미지의 영상에 음악적 이미지를 만들어 내는 초현실주의 세계를 표현한 것이라 할 수 있다. 허위의식으로 가려진 현실의 참된 모습을 드러내어 무의식의 동영상으로 표현한 것이다[15].

또한 그의 영상세계는 지극히 익숙한 것으로 여겨지던 현실을 변형시키면서 그 왜곡을 통해서 생긴 균열들을 통해 현실을 더 한층 낯설게 만든다. 이러한 '낯설게 하기'는 우리의 일상 속에 있으면서도 감추어져서 보이지 않던 현실의 의미들을 새롭게 인식할 수 있는 계기를 마련하게 된다.

이러한 그의 작품 세계는 [그림 7]의 패션 사진에서 특히 잘 나타나고 있다.

그림 7. Numero #148 november 2013

어디인지 모르는 공간에서 훔쳐보는 듯한 공간 작가의 실험적인 무의식의 세계를 잘 보여주고 있는 작품이다.

낯선 현실의 공간을 왜곡 시켜서 '해독 불가능'의 단계에 순수시각예술 그 자체이거나, 혹은 무의식 세계, 초현실적 차원의 일을 표현하고자 접근하는 이미지를 보여주고 있는 것이다. 이것은 곧 작가의 의도가 반영된 이미지의 총체라고 할 수 있다[16].

[그림 8]은 Mirwais의 Disco Science 뮤직비디오다. 현실에 없는 오묘한 색깔의 장면들로 가득 채워져 있다.

그는 사진적 감성으로 현실감이 없는 아방가르드적인 영상을 만들었다. 서양인이 두꺼운 일본의 가부키 화장을 하고 어디인지 알 수 없는 비현실의 공간에서 현실과 가상이 뚜렷하지 않은 시뮤라크르다. 이렇게 우리에게 현실감 없는 이미지의 나열식 편집을 통해 비쥬얼 동영상의 새로운 미래를 제시하고 있는 것이다.

그림 8. Mirwais – Disco Science

Ⅲ. 결론

역사적으로 볼 때 뮤직비디오는 음악과 영상의 결합이라는 오랜 전통으로부터 출발한 것이다. 이 두 가지 분명한 경향은 우선 영화적인 뮤직비디오와 사진적인 뮤직비디오로 나눌 수 있다.

상술한 바와 같이 본고에서는 이러한 영화적 특성과 사진적 특성을 지닌 최근의 뮤직비디오의 경향을 사진작가겸 뮤직비디오 감독으로 명성을 떨치는 안톤 코빈(Anton Corbijin)과 스테반 세나두이(Stephane Sednaoui)의 작품 속에서 찾아보았다.

전자는 거칠고 아날로그적이고 무표정한 사진과 형태들을 평범한 사물로 인식한 이미지를 보여주고 있다. 뮤직비디오 역시 논내러티브 스타일로 거칠고 강렬한 흑백 이미지를 나열하는 방식으로 인물들을 사진의 한 형태로 동영상을 만들어 낸다. 또한 작가의 독특한 이미지를 정적인 사진과 동적인 사진을 넘나들며 작가의

세계를 보여주기도 한다.

후자는 정반대로 현실감이 없다. 현실에서 불가능한 이미지의 결합을 통해 무한한 자유와 상상의 공간을 무의식에 의존하여 이미지로 표현하고 있다. 마치 꿈속에서 보고 싶은 것만 보려는 것과 같다. 현실의 세계와 상상의 세계, 보이는 것과 보이지 않는 것, 명백한 것과 명백하지 않은 것에 집중한다. 환상과 직관이 어떻게 시각적으로 표현될 수 있는지를 보여준 것이다. 그가 표현한 초현실은 환상과 상상력을 바탕으로 새로운 세계를 사진의 도구와 동영상의 도구를 통해 사진적 이미지의 뮤직비디오로 창출해 낸 것이다.

두 작가를 통하여 표현된 작품은 먼저, 안톤 코빈을 통해서는 흑백 이미지의 인물의 사진적 이미지를 확인할 수 있었으며, 스테반 세나두이를 통해서는 초현실적이면서도 과거와 미래를 동시에 제시하는 사진적 이미지를 확인할 수 있다.

참 고 문 헌

[1] 앤 카풀란, *뮤직비디오 어떻게 읽을 것인가*, 한나래, 2009.

[2] 남명희, "뮤직비디오의 내러티브," 현대영화연구, Vol.5, pp.51-82, 2008.

[3] 데이빗 클레일러 Jr., 로봇 모세스, *메이킹 뮤직비디오*, 책과 길, 1999.

[4] http://blog.gaseum.co.kr/article/entry/Anton-Corbijin-안톤-코빈-영혼을-찍는-자연광의-마술사

[5] 김영식, 권중문, 지현호, "국내 뮤직비디오의 영상적 특성에 따른 유형분류 연구," Aura, No.7, pp.74-82, 2000.

[6] 고은영, "뮤직비디오에 나타난 포스트모더니티 연구," 기초조형학연구, 제8권, 제2호, pp.25-34, 2007.

[7] 강헌, "뮤직비디오 영상제국의 새로운 왕국," 현실 문화 연구, 1993.

[8] 김수철, 강정수, "케이팝에서의 트랜드미디어 전략에 대한 고찰: 강남스타일, 사례를 중심으로," 언론정보연구, 제50권, 제1호, pp.84-120, 2013.

[9] 김영찬, "음악 케이블TV에 대한 문화사적 접근-MTV를 중심으로," 언론과 사회, 제10권, 제2호, pp.144-183, 2003.

[10] http://www.co-berlin.org/en/anton-corbijn-retrospective

[11] http://www.fotomuseumdenhaag.nl/en/exhibitions/anton-corbijn-0

[12] 살롯 코튼, *현대예술로서의 사진*, 시공아트, 2007.

[13] 최민성, *멀티미디어 시대의 시적 이미지 연구*, 한양대학교 박사논문, 2002.

[14] https://en.wikipedia.org/wiki/St%C3%A9phane_Sednaoui

[15] 김형곤, "새로운 영상매체," *뮤직비디오 포스트모던 시대의 비판 언론학*, 한울, 1992.

[16] 윤준성, "현대예술매체의 이미지에 관한 문제," 미학, 제35집, pp.247-281, 2003.

저 자 소 개

강 홍 규(Hong Gue Kang) 정회원

- 1992년 2월 : 중앙대학교 사진학과 학사
- 1997년 : Academy of art university MFA(Majored Motion Picture and Video)
- 2012년 3월 ~ 현재 : 중부대학교 방송영상학과 교수

<관심분야> : 사진, 영화, 뮤직비디오